



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO EMPRESARIALES Y HUMANAS

PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**“Plan estratégico para la tienda A Construir de Yura S.A.
en la ciudad de Arequipa, periodo 2017-2021”**

**Tesis para optar el título de
Licenciado en Administración de Negocios**

**Bachilleres:
Gabriela Cabello Vizcardo
Mayra Cardenas De La Roca**

**Asesor:
Patricio Lewis Zúñiga**

**Arequipa, mayo
2017**

Resumen

La presente tesis Plan Estratégico para la tienda A Construir de Yura S.A. en la ciudad de Arequipa periodo 2017-2021, ha sido elaborada para proporcionar una herramienta de gestión que permita una toma de decisiones más acertada frente a la disminución de las ventas en los últimos años y la entrada de la competencia.

Se realizó la evaluación externa, en la cual se identificó como principales oportunidades el aumento previsto de la inversión privada en 5% para el 2017 y 5.7% en promedio para el 2018 y 2019, además de los proyectos de infraestructura tanto en el sector público como privado; y como principales amenazas la entrada de nuevos competidores y los conflictos sociales que puedan poner en riesgo el flujo de procesos. En el análisis interno se identificó como principal fortaleza el respaldo financiero del Grupo Gloria y el fuerte posicionamiento de la marca Yura en el mercado sur del Perú, y como principales debilidades, poco empleo de las estrategias de marketing y escaso posicionamiento de la tienda A Construir en la mente del consumidor final.

En el proceso estratégico se elaboraron diferentes matrices basadas en el modelo de planeamiento estratégico secuencial de Fernando D'Alessio ("El Proceso Estratégico: Un enfoque de Gerencial", 2008), en dicho análisis se retuvieron cinco estrategias: alianza estratégica con una entidad financiera para otorgar créditos de autoconstrucción, ampliar el portafolio de productos complementarios para la construcción, implementar la venta de cementos especiales al público en general, posicionar a la tienda A Construir por diferenciación de marca; y utilizar herramientas de publicidad (paneles – BTL) y de promoción (ferias de construcción enfocadas en el consumidor final).

En la etapa implementación se determinó que las estrategias guardan relación con los objetivos de corto y largo plazo de la organización. Finalmente se elaboró un Balance Score Card para el control y monitoreo de las estrategias.

Abstract

The present thesis Strategic Plan for the store To Build of Yura S.A. in the city of Arequipa from 2017 to 2011, was developed to provide a management tool that allows better decision making in the face of declining sales in recent years and the entry of competition.

The external evaluation was carried out, which identified as the main opportunities the expected increase of private investment in 5% for 2017 and 5.7% on average for 2018 and 2019, in addition to infrastructure projects in both the public sector and private; And as main threats the entry of new competitors and social conflicts that can put at risk the flow of processes. In the internal analysis, the financial support of the Gloria Group and the strong positioning of the Yura brand in the southern market of Peru were identified as the main strength. And as major weaknesses, little use of marketing strategies and low positioning of A Build store in the mind of the final consumer.

In the strategic process, different matrices were elaborated based on Fernando D'Alessio's sequential strategic planning model. In this analysis, five strategies were retained: strategic alliance with a financial entity to grant loans for self-construction, expand the portfolio of complementary products for the Construction, implement the sale of special cements to the general public, position A Build store by brand differentiation; and use advertising tools (panels - BTL) and promotion (construction fairs focused on the final consumer).

In the implementation stage, it was determined that the strategies are related to the short and long term objectives of the organization. Finally a Balance Score Card for the control and monitoring of the strategies was elaborated.